Proceedings of Joint Conference of Korean Data And Information Science Society and The Korean Data Analysis Society, April 28 - 29, 2006, p. 317

인터넷 비즈니스의 성공요인 분석

박영술[1]

요 약

인터넷 비즈니스는 그 어떤 산업보다 더 중요시 되는 바 현재 국내 웹사이트의 수가 이러한 현상을 잘 반영해주고 있다. 그런데 인터넷 비즈니스의 경제적 측면에서 시장성, 효용성 그리고 성장성에 비해 국내 인터넷 비즈니스의 실상은 아직 부족한 것으로 보인다. 특히 비즈니스의 장(場)을 인터넷 가상공간이라고 생각하고 이 인터넷을 통하여 어떤 물건을 누구에게 판매할 것인가를 설명해 주는 비즈니스 모델에 관한 연구, 그리고 실제 매출의 성장에 기여할 수 있는 성공요인에 대한 연구들이 부족한 실정이다.

본 연구는 인터넷 비즈니스 모델 유형을 분류하여, 유형별 비즈니스 관련업의 성공요인들을 밝히고자 함이다. 성공요인은 통신환경요인인 전용선, 비즈니스요인인 준비기간, 초기투자액, 전략적 제휴업체수, 그리고 웹사이트 디자인 및 운영요인인 웹마스터 보유유무, 사이트 개발주체 등이 비즈니스관련 인터넷 비즈니스의 성공요인으로 작용하고 있는 것으로 나타났다. 특히 월평균 거래건수와 웹사이트 회원수간의 높은 상관관계는 회원수가 많을수록 거래건수가 증가함을 의미한다. 인터넷 비즈니스 유형분류와 성공요인간의 관계분석결과, 비용절감효과 집단이 가장 높은 월평균 거래건수를 나타낸 반면에 홍보효과 집단이 가장 낮은 월평균 거래건수를 나타내었다.

결론적으로 성공적인 인터넷 비즈니스를 위해서는 보다 많은 협력업체와의 제휴를 도모하여 보다 다양한 정보 및 상품을 제공함으로써 회원수를 증가시키는 것이 가장 핵심일 것이다. 또한 판매채널의 다양성 및 공동마케팅에 의한 넓은 고객층을 확보할 수 있는 시너지효과를 누릴 수 있는 오프라인기업과 온라인기업간의 제휴도 고려해 볼만한 방법이다. 기대효과는 인터넷 비즈니스분야의 진출을 계획하는 기업에게는 가이드라인을 제공하고, 현재 활동 중인 기업에게는 자사의 비즈니스에 대한 전반적인 평가기준을 제시하였다.

[1]관동대학교 경영대학 경영회계정보학과 교수